**Begründung Wirtschaftsplan 2027**

Die Stadt Halle an der Saale verzeichnet als Kulturstadt mit Geschichte und als wirtschaftliches Oberzentrum insgesamt eine positive Entwicklung. Für Besucherinnen und Besucher sowie Hallenserinnen und Hallenser sind die Veränderungen in der Stadt wahrnehmbar und werden sukzessiv für einen ganzheitlichen Imagewandel sorgen.
Die Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH (SMG) leistet in diesem Prozess einen wichtigen Beitrag sowohl mit aktiv gestaltenden auf Langzeitwirkung ausgerichteten strategischen Marketingmaßnahmen als auch mit touristischen Dienstleistungen in den Bereichen Beratung und Vermittlung sowie einem umfangreichen Angebot von Führungen.
Dabei konzentriert sich das Stadtmarketing auf 3 Kernbereiche:

- Standortmarketing Halle als Universitäts- und Kongressstandort
- Marketing nach innen
- Marketing nach außen

Insgesamt befindet sich die Gesellschaft mit ihren Leistungen weiter in der Umsetzung des touristischen Entwicklungskonzeptes. Nach der Einführung eines regional übergreifenden Standortmarketing- und Tourismuskonzept, welches konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen für die Ausrichtung des Stadtmarketings gibt werden die Handlungsfelder kontinuierlich abgearbeitet. Im Jahr 2024 erfolgt dazu die Evaluierung des Konzeptes mit einer breiten Basis aus dem Mitwirkungskreis aus dem Jahr 2019. Bereits jetzt stehen Themenbereiche wie Digitalisierung nach innen und außen und der Ausbau von Kooperationen mit zusätzlichen Einrichtungen im beiderseitigen Interesse und zur quantitativen Steigerung der Geschäftsvorgänge als wichtige Prozessfelder für die kommenden Jahre fest.
Digitale Produktinnovationen, die Redaktion für Social-Media-Kanäle sowie der Ausbau von Onlinevertriebswegen, müssen auch 2027 weiter verstärkt und optimiert werden. Mit der Verstetigung und Steigerung von Events müssen wir innerhalb der Stadtmarketing GmbH weitere strukturelle Veränderungen anstoßen, um die deutliche Erhöhung der Arbeitsleistungen in diesem Bereich abdecken zu können.
Unsicherheiten ergeben sich aus der politischen Entwicklung im Land Sachsen-Anhalt nach der Landtagswahl vom 6. September 2026. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Berichtes sind die künftigen politischen Mehrheits- und Regierungsverhältnisse sowie die daraus resultierenden politischen Schwerpunktsetzungen noch nicht abschließend geklärt. Für die Gesellschaft ist diese Entwicklung insbesondere deshalb von Bedeutung, weil wesentliche Rahmenbedingungen für die Tourismuswirtschaft sowie für die touristische Vermarktung und Infrastruktur durch Entscheidungen auf Landesebene beeinflusst werden.
Aus den noch nicht feststehenden politischen Mehrheitsverhältnissen können sich Veränderungen hinsichtlich der künftigen Ausrichtung und Finanzierung der Tourismuspolitik des Landes ergeben. Dies betrifft insbesondere die landesweiten touristischen Organisations- und Vermarktungsstrukturen, die Tourismusförderung, Förderprogramme für touristische Infrastruktur und Projekte sowie die Zusammenarbeit zwischen Land, Kommunen, Destinationen und touristischen Organisationen. Auch mögliche strukturelle Veränderungen innerhalb der touristischen Landesorganisationen oder eine veränderte Gewichtung der Tourismusförderung können Auswirkungen auf die Arbeit und strategische Ausrichtung der Gesellschaft haben.
Darüber hinaus kommt einem weltoffenen und stabilen gesellschaftlichen sowie politischen Umfeld für die touristische Entwicklung eine besondere Bedeutung zu. Die Wahrnehmung Sachsen-Anhalts als attraktives, gastfreundliches und weltoffenes Reiseziel ist insbesondere für die Gewinnung nationaler und internationaler Gäste, für den Tagungs- und Kongressmarkt sowie für die Positionierung Halles als Kultur- und Wissenschaftsstandort von Bedeutung. Veränderungen in der Außenwahrnehmung des Landes können deshalb mittelbar Einfluss auf Reiseentscheidungen, Veranstaltungsakquisitionen und touristische Nachfrage nehmen.

**Erlössituation**

Für das Geschäftsjahr 2027 beantragt und plant die SMG einen institutionellen Zuschuss der Stadt Halle (Saale) in Höhe von 1.499.700,00 € zur Erfüllung des Gesellschaftszweckes sowie 350.000,00 € für den Bereich Standortmarketing zur Studierendengewinnung und Tagungsakquise.
Der institutionelle Zuschuss der Stadt wird zu unterschiedlichen Teilen pro Quartal ausgezahlt. Die Auszahlungsraten wurden an den Anteil der tatsächlich anfallenden Kosten angepasst und betragen im I. und II. Quartal jeweils 30 %, im III. und IV. Quartal jeweils 20 % der Gesamtsumme.

Zu beachten ist dabei ausdrücklich der Gesellschaftsvertrag, wonach „die Gesellschaft nicht in erster Linie eigenwirtschaftliche Zwecke verfolgt. Sofern die SMG wirtschaftliche Zwecke verfolgt, sind diese lediglich untergeordneter Art."

Die Umsatzerlöse der SMG werden für das Wirtschaftsjahr 2027 in Höhe von 1.278.000,00 € geplant. In den einzelnen Positionen, deren Erlöse in die Umsatzerlöse gesamt einfließen, sieht dies wie folgt aus:

Die SMG rechnet im Jahr 2027 mit Projekt-/ Marketingerlösen in Höhe von 215.000,00 €.

Für die Aufgaben der Abteilung „Standortmarketing" werden folgende Positionen ausgewiesen: Im Geschäftsjahr 2027 plant die SMG Erlöse aus dem Bereich Standortmarketing in Höhe von 298.000,00 €. Die Erlöse des „Standortmarketing" erwachsen zum überwiegenden Teil aus der Projektbeteiligung der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg (MLU). Weitere Erträge fließen aus Beteiligungserlösen von Partnern aufgrund von Veranstaltungen und Marketingmaßnahmen im Bereich Studierendengewinnung.

Die Eigenerlöse der SMG basieren auf den Verkaufserlösen in der Tourist-Information und Einnahmen aus Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen sowie der Provision von Vermittlungsleistungen. Die SMG plant im Vergleich für 2027 mit einer Einnahmesituation im Bereich Stadtführungen und gruppentouristischen Leistungen von 350.000,00 €. Die Verkaufserlöse in der Tourist-Information werden mit 375.000,00 € geplant.

Die Provisionserlöse, bestehend aus der Vermittlung von Übernachtungen und Erlösen aus dem Service des Tagungs- und Kongressbereiches werden für das Jahr 2027 mit einen Planansatz von 40.000,00 € kalkuliert.

Neben dem institutionellen Zuschuss der Stadt werden sonstige betriebliche Erträge für 2027 in Höhe von 8.000,00 € geplant.

**Geplante Aufwendungen**

Für das Jahr 2027 werden die Personalkosten in Höhe von insgesamt 1.470.000,00 € geplant. Diese setzen sich aus dem fest angestellten Personal ohne Gästeführer (1.360.000,00 €), den geringfügig Beschäftigten (55.000,00 €) und den nichtselbständigen Gästeführern (55.000,00 €) zusammen.

Die Wareneinkaufskosten (Wareneinkauf für die Tourist-Information) wurden für 2027 in der Höhe von 240.000,00 € geplant.

Die Kosten für touristische Leistungen werden mit 245.000,00 € geplant. Die bezogenen Leistungen beinhalten Leistungen, die für Stadtführungen bzw. gruppentouristische Angebote benötigt werden wie z.B.

Honorar für selbstständige Gästeführer, Nutzung der gruppentouristischen Software, Kosten für benötigte Reisebusse im Rahmen von angebotenen Ausflügen, Buchung von Restaurantplätzen oder Eintritte für Museen bzw. Hausmannstürme, sowie das Einbringen des Altstadtbummels im Rahmen der Halle-Card usw.

Für das Jahr 2027 plant die SMG Investitionen in Höhe von 5.000,00 €.

Als eine der effektivsten Maßnahmen erweisen sich Ausgaben zur Akquise von Reiseveranstaltern, Paketern (Wiederverkäufer-Segment) und Endkunden für die Teilnahme an regionalen und nationalen Reisemessen. Hier kalkuliert die SMG im Wirtschaftsplan 2027 die Ausgaben in Höhe von 20.000,00 €

Die Projekt-/ Marketingaufwendungen werden im Jahr 2027 mit 514.000,00 € geplant.

Auf der Ausgabenseite des Wirtschaftsplans 2027 werden auch die Kosten für die Realisierung des Projektes Standortmarketing in Höhe von 360.000,00 € geplant.

Die betrieblichen Aufwendungen, wie z.B. Mieten/Raumkosten, Reinigung/Abfallbeseitigung, Energiekosten, Versicherungen, Kfz-Kosten und Buchführungskosten einschl. Prüfung des Jahresabschlusses usw. wurden etwa in gleicher Höhe wie im vergangenen Jahr geplant.

Die SMG wird das Wirtschaftsjahr 2027 mit einem Jahresfehlbetrag von 4.000,00 € abschließen.

**Stadtführungen/Gruppentourismus**

| | | |
|---|---|---|
| Position(en) im Wirtschaftsplan<br>Stadtführungen / Gruppentourismus | Ausgaben<br>245.000,00 € | Einnahmen<br>350.000,00 €. |

Die Organisation von Stadtführungen, sowie die umfangreiche Betreuung von (Reise-)gruppen gehört zum Kerngeschäft. Ergänzt wird dieses durch Pauschalreisende anlässlich touristischer Highlights und weitere Erlebnisse. Es ist sowohl wichtige Einnahmequelle als auch serviceorientiertes Multiplikatoren Marketing. Für 2027 stehen hinter den Kulissen weiterhin gravierende Erneuerungen mit der Einführung und Erprobung von neuen Führungsangeboten und Erlebnissen an. Ein weiterer deutlicher Fokus liegt auf dem Bereich der Firmenausflüge. Gezielte Angebote dafür wurden bereits eingeführt und werden regelmäßig nachgefragt.

**Standortmarketing**

| | | |
|---|---|---|
| Position(en) im Wirtschaftsplan<br>Standortmarketing | Ausgaben<br>360.000,00 € (Sachmittel) | Erlöse MLU & sonstige<br>298.000,00 €<br>Zuschuss Stadt Halle<br>350.000,00 € |

Das Gemeinschaftsprojekt „Standortmarketing“ besteht aus zwei zentralen Handlungsfeldern:

„**Standortmarketing mit dem Fokus Vermarktung der Stadt Halle (Saale) als attraktiver Studienstandort“** und **„Tagungs- und Kongressmanagement**“.

Im Handlungsfeld Studierendengewinnung ist die Zielsetzung das erfolgreiche Kooperationsprojekt der Stadt Halle (Saale) und der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg zum Zwecke der Gewinnung von Studierenden fortzusetzen und die Stadt als attraktiven Studienstandort zu vermarkten. Dazu sollen auch 2027 wieder verschiedene Veranstaltungsformate und Kommunikationsmaßnahmen umgesetzt werden, die vor allem auf die Imagebildung von Halle (Saale) als reizvollen Ort zum Studieren einzahlen.

Dabei spielt neben der Imagebildung für die Akquise Studierender, auch die Bindung von Studierenden am Standort, die einen erheblichen Wirtschaftsfaktor darstellen und Motor für innovative und kreative Entwicklungen in Stadt und Region sind, eine große Rolle. Bei dieser Zielgruppe, deren Nutzerverhalten und Vorlieben durch Generationenanalysen gut erforscht sind, werden die Budgets vor allem im Bereich der Online-Kommunikation und des Online-Advertisings eingesetzt. Die Aktivitäten richten sich neben den potenziellen Studierenden auch an die Eltern, Großeltern, Lehrer, Freunde und Bekannte dieser Zielgruppe. Daher ist die Verzahnung des Images als touristischer Destination mit der Standortwerbung für Studierende auch so wertvoll und Synergie-stifftend. Zusätzlich soll ein hoher Wirkungsgrad für die Vermarktung Halles als Städtedestination für junge Individual-Reisende und Szene-Touristen erreicht werden.

Das Handlungsfeld "Wissenschaftliches Kongress- und Tagungsmanagement" zielt darauf ab, die Bedeutung der Stadt Halle (Saale) als Austragungsort für Tagungen und Kongresse zu steigern und neben der reellen Steigerung von stattfindenden Veranstaltungen, das Tagungs- und Kongressteam des Stadtmarketings als Professional Congress Organizer (PCO) und zentraler Ansprechpartnerstruktur für die Akquise und Betreuung (wissenschaftlicher) Kongresse und Tagungen zu etablieren. Kernstück hier ist die zentrale Kampagne „Besser Tagen“, die sowohl online und offline in die Marke Halle Tourismus / Verliebt in Halle eingebettet ist, sowie das Netzwerk aus Veranstaltungsstätten, technischen Partnern und weiteren Dienstleistern rund um die Organisation von Tagungen und Kongressen. Ein weiterer Aspekt ist die Qualitätssteigerung und Professionalisierung stattfindender Events. Derzeit wird ein steigendes Anfragevolumen mit nur einer Personalstelle bearbeitet, was nur durch ein interdisziplinäres Team im Bereich Studierendengewinnung und Tagungs- und Kongressmanagement zu leisten ist. Es erfolgte eine Stellenstreichung im Rahmen der Haushaltskonsolidierung der Stadt Halle (Saale). Langfristig muss hier strategisch überlegt werden, wie dieses Geschäftsfeld mit dem umfangreichen Servicegedanken umsetzbar bleibt.

Für das Jahr 2027 übernimmt der SMG-Kongressbereich laut derzeitigem Planungsstand die Organisation von mittelgroßen und großen Kongressen:

- **26.-28.02.2027** Leichtathletik-Verband Sachsen-Anhalt e.V. 50 Zimmer/ nur Zimmervermittlung
- **22.-24.02.2027** Deutsches Hochschul- und Wissenschaftsforum Zentralasien (Zentralasienforum) Zimmervermittlung und Teilnehmendenregistrierung für 200 Personen Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Institut für Geowissenschaften und Geographie,
- **21. bis 23.06. 2027** Tagung CRC 1664 "Plant Proteoform Diversity", Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Zimmervermittlung und Teilnehmendenregistrierung für 120 Personen
- **10.-13.09.2027** MAGICA-Deutsche Meisterschaft der Zauberkunst Zimmervermittlung & Komplettbetreuung 500 Personen
- **15.-18.09.2026** Kanzlerjahrestagung 2027, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg Zimmervermittlung & Komplettbetreuung 150 Personen
- **22.-24.09.2027** AWO RPK gGmbH RPK Sachsen-Anhalt, Location – und Zimmervermittlung für 80-100 Personen
- **20.-23.10.2027** Deutsche Sportjugend im Deutschen Olympischen Sportbund e.V., Zimmervermittlung für 200 Personen

Das Budget für die Umsetzung der in einer Kooperation mit der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg festgelegten Maßnahmen beträgt ca. 648.000,00 € p. a. und setzt sich zu gleichen Teilen aus einem Zuschuss

der Stadt Halle (Saale) und Projektgeldern im Rahmen eines Dienstleistungsvertrages mit der MLU zusammen.

**Projektbezogene Maßnahmen**

| Position(en) im Wirtschaftsplan<br>Projektbezogene Maßnahmen | Ausgaben<br>514.000,00 € | Einnahmen<br>215.00,00 € |
|---|---|---|

Mit der Wirtschaftsplanposition „Projektbezogene Maßnahmen“ werden Kampagnen oder Themenkomplexe realisiert, sowie permanente Marketingmaßnahmen und touristische Servicematerialien.

Für 2027 sind Aufwendungen in Höhe von 514.000,00 € bei Projektbeteiligungen und Einnahmen in Höhe von 215.000,00 € geplant. Dies entspricht einer Erlösquote von 41,83 %.
Die Ausgaben und Erlöse für projektbezogene Maßnahmen sind unter Berücksichtigung des Tourismuskonzepts der Stadt Halle und den Hauptsäulen „Kultur“, Natur“ und „familienfreundliches Halle“ mit Einzelprojekten in einem Projektplan untersetzt. Hierzu zählen umfangreiche Kampagnen für Projekte mit Strahlkraft, wie der Binnenkampagne „verliebtinhalle“, Vermarktung des halleschen Weihnachtsmarktes und des Laternenfestes, Tourismusmarketing mit dem Schwerpunkt Kultur (mit Halle Card als buchbares Produkt des halleschen Museumsnetzwerkes), sowie die Händel-Vermarktung inkl. der Händel-Festspiele, unterstützende Maßnahmen bei innenstädtischen Veranstaltungen, die Präsenz auf der Leipziger Buchmesse, kommunikative Unterstützung im Zusammenhang mit der Errichtung des Zukunftszentrums. Insbesondere Reiseanlässe, z.B. relevante Ausstellungen, Festivals, Events geben dem Stadtmarketing einen guten Grund für eine imagebildende Bewerbung außerhalb Halles und der Region.
Zudem werden sämtliche Servicematerialien für Tourist:innen (Flyer, Stadtpläne, Internetpräsenzen) aus diesem Topf bereitgestellt.

**Schlussbemerkung**

Der vorliegende Wirtschaftsplan baut sich zu einem Großteil auf in den zurückliegenden Jahren langfristig entwickelten Marketingvorhaben auf. Bei der Planung gehen wir jedoch davon aus, dass ab dem Jahr 2027 keine weiteren zusätzlichen Beeinträchtigungen über die bereits bekannten geopolitischen, wirtschaftlichen und landesspezifischen Themen vorliegen. Insbesondere hoffen wir, dass die Preissteigerungsspirale zunehmend schwächer wird. Wir werden auch im Jahr 2027 weiter an der Umsetzung des Tourismuskonzeptes arbeiten. Dafür ist eine projektbezogene Budgetplanung für alle konkreten Einzelmaßnahmen erfolgt, die den Fokus auf den Umsetzungsplan des Konzeptes setzt.
Eine verstärkte Schwerpunktsetzung wird jedoch in den Bereichen Digitalisierung, innovatives Standortmarketing, Eventmanagement und „kulturelles Halle“ erfolgen, die als Zukunftsthemen fokussiert werden. Der Ausbau unseres Salzshops sowie die damit einhergehenden Verkaufserlöse werden nicht nur der Historie der Stadt Rechnung tragen, sondern auch der weiteren Entwicklung der Innenstadt dienen. Mit der Konzentration auf Kultur, insbesondere auch bei niederschwelligen Events und der besseren Vermarktung der Saale, möchten wir vor allem Tagesgäste aus dem Umland nach Halle ziehen.
Weiterhin gehen wir davon aus, dass die Planungen zum künftigen Zukunftszentrum voranschreiten, was einen höheren Kommunikationsbedarf, insbesondere in der Internationalisierung, zur Folge hätte. Teile unserer Planungen hängen zudem davon ab, ob es uns möglich sein wird, für Events und Formate Drittmittel einzuwerben.

## Gewinn- und Verlustrechnung

2027 bis 2031

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| Nr. | TEURO | Ist 2025 | Erwartung 2026 | Plan 2027 | Plan Quartal 1 | Plan Quartal 2 | Plan Quartal 3 | Plan Quartal 4 | Plan 2028 | Plan 2029 | Plan 2030 | Plan 2031 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Umsatzerlöse | 1.294 | 1.271 | 1.278 | 319 | 319 | 320 | 320 | 1.306 | 1.321 | 1.336 | 1.351 |
| 2. | Bestandsveränderungen unfertige/fertige Erzeugnisse | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | a) Bestandserhöhungen | | | | | | | | | | | |
| | b) Bestandverminderungen | | | | | | | | | | | |
| 3. | andere aktivierte Eigenleistugnen | | | | | | | | | | | |
| 4. | sonstige betriebliche Erträge | 1.909 | 1.858 | 1.858 | 557 | 557 | 372 | 372 | 1.881 | 1.892 | 1.922 | 1.952 |
| **I.** | **Gesamterträge** | 3.203 | 3.129 | 3.136 | 876 | 876 | 692 | 692 | 3.187 | 3.213 | 3.258 | 3.303 |
| 5. | Materialaufwand | 371 | 483 | 485 | 146 | 146 | 97 | 96 | 490 | 495 | 500 | 505 |
| | a) bezogenes Material | 208 | 245 | 240 | 72 | 72 | 48 | 48 | 240 | 240 | 240 | 240 |
| | b) bezogene Leistungen | 163 | 238 | 245 | 74 | 74 | 49 | 48 | 250 | 255 | 260 | 265 |
| 6. | Personalaufwand | 1.501 | 1.457 | 1.470 | 368 | 368 | 367 | 367 | 1.497 | 1.525 | 1.553 | 1.582 |
| | a) Löhne und Gehälter | 1.223 | 1.166 | 1.176 | 294 | 294 | 294 | 294 | 1.198 | 1.220 | 1.242 | 1.266 |
| | b) soziale Abgaben | 278 | 291 | 294 | 74 | 74 | 73 | 73 | 299 | 305 | 311 | 316 |
| | darunter für Altersversorgung | | | | | | | | | | | |
| 7. | Abschreibungen | 15 | 12 | 10 | 3 | 3 | 2 | 2 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| | a) auf immaterielle Vermögensgegenstände und auf Sachanlagen | 15 | 12 | 10 | 3 | 3 | 2 | 2 | 9 | 9 | 9 | 9 |
| | b) auf Umlaufvermögen | | | | | | | | | | | |
| | c) auf Sonderverlustkonto | | | | | | | | | | | |
| | d) auf GWG´s | | | | | | | | | | | |
| 8. | sonstige betriebliche Aufwendungen | 1.292 | 1.168 | 1.174 | 357 | 357 | 230 | 230 | 1.190 | 1.187 | 1.197 | 1.207 |
| **II.** | **Betriebsergebnis** | 24 | 9 | -3 | 2 | 2 | -4 | -3 | 1 | -3 | -1 | 0 |
| 9. | Erträge aus Gewinnabführungsverträgen | | | | | | | | | | | |
| 10. | Erträge aus Beteiligungen | | | | | | | | | | | |
| | darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | |
| 11. | Erträge aus Wertpapieren und Ausleihungen des Finanzanlagevermögens | | | | | | | | | | | |
| | darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | |
| 12. | sonstige Zinsen und ähnliche Erträge | | | | | | | | | | | |
| | darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | |
| 13. | Aufwendungen aus Verlustübernahmen | | | | | | | | | | | |
| | darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | |
| 14. | Abschreibungen auf Finanzanlagen und auf Wertpapiere des Umlaufvermögens | | | | | | | | | | | |
| 15. | Zinsen und ähnliche Aufwendungen | | | | | | | | | | | |
| | darunter aus verbundenen Unternehmen | | | | | | | | | | | |
| **III.** | **Finanzergebnis** | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 16. | Steuern vom Einkommen und Ertrag | | | | | | | | | | | |
| **IV.** | **Ergebnis nach Steuern** | 24 | 9 | -3 | 2 | 2 | -4 | -3 | 1 | -3 | -1 | 0 |
| 17. | sonstige Steuern | 1 | 1 | 1 | 1 | | | | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **V.** | **Ergebnis vor Ergebnisabführung/-zuführung** | 23 | 8 | -4 | 1 | 2 | -4 | -3 | 0 | -4 | -2 | -1 |
| 18. | Ausgleichszahlungen an Minderheitsgesellschafter | | | | | | | | | | | |
| 19. | Aufwendungen aus Ergebnisabführungsvertrag (EAV) | | | | | | | | | | | |
| 20. | Erträge aus Verlustübernahme | | | | | | | | | | | |
| **VI.** | **Jahresüberschuss/-fehlbetrag** | 23 | 8 | -4 | 1 | 2 | -4 | -3 | 0 | -4 | -2 | -1 |
| 21. | Gesamtaufwendungen | 3.180 | 3.121 | 3.140 | 875 | 874 | 696 | 695 | 3.187 | 3.217 | 3.260 | 3.304 |
| 22. | Gesamterträge | 3.203 | 3.129 | 3.136 | 876 | 876 | 692 | 692 | 3.187 | 3.213 | 3.258 | 3.303 |
| | **Verwendung des Jahresergebnisses** | | | | | | | | | | | |
| | Gewinn-/Verlustvortrag aus Vorjahr | 171 | 194 | 202 | | | | | 198 | 198 | 194 | 192 |
| | Einstellung Rücklage | | | | | | | | | | | |
| | Entnahme Rücklage | | | | | | | | | | | |
| | Gewinnausschüttung | | | | | | | | | | | |
| | Verlustausgleich durch Gesellschafter | | | | | | | | | | | |
| | Vortrag auf neue Rechnung | 194 | 202 | 198 | | | | | 198 | 194 | 192 | 191 |

# Bilanz

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| | | | | | | 2027 | bis | 2031 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | TEURO | Ist 2025 | Erwartung 2026 | Plan 2027 | Plan 2028 | Plan 2029 | Plan 2030 | Plan 2031 |
| | **Aktiva** | | | | | | | |
| **A.** | **Ausstehende Einlagen** | | | | | | | |
| **B.** | **Aufwendungen für die Ingangsetzung und Erweiterung des Geschäftsbetriebes** | | | | | | | |
| **C.** | **Anlagevermögen** | **35** | **28** | **23** | **19** | **15** | **11** | **7** |
| | I. Immaterielle Vermögensgegenstände | | | | | | | |
| | II. Sachanlagen | 35 | 28 | 23 | 19 | 15 | 11 | 7 |
| | III. Finanzanlagen | | | | | | | |
| **D.** | **Umlaufvermögen** | **376** | **391** | **392** | **396** | **396** | **398** | **401** |
| | I. Vorräte | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 | 45 |
| | II. Forderungen und sonstige Vermögensgegenstände | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 | 41 |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter Forderungen gegen verbundene Unternehmen | | | | | | | |
| | darunter Forderungen gegen Unternehmen mit Beteiligungsverhältnis | | | | | | | |
| | darunter Forderungen gegenüber dem Gesellschafter/Träger | | | | | | | |
| | III. Wertpapiere | | | | | | | |
| | IV. Liquide Mittel | 290 | 305 | 306 | 310 | 310 | 312 | 315 |
| **E.** | **Rechnungsabgrenzungsposten** | **19** | **19** | **19** | **19** | **19** | **19** | **19** |
| **F.** | **Aktive latente Steuern** | | | | | | | |
| **G.** | **Aktiver Unterschiedsbetrag aus der Vermögensverrechnung** | | | | | | | |
| **H.** | **Sonderverlustkonto gemäß § 17 (4) DMBilG** | | | | | | | |
| **I.** | **Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag** | | | | | | | |
| | **Summe Aktiva** | **430** | **438** | **434** | **434** | **430** | **428** | **427** |
| | **Passiva** | | | | | | | |
| **A.** | **Eigenkapital** | **219** | **227** | **223** | **223** | **219** | **217** | **216** |
| | I. Gezeichnetes Kapital/Festgesetztes Kapital/Stammkapital | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 |
| | II. Kapitalrücklage | | | | | | | |
| | III. Allgemeine und zweckgebundene Rücklagen | | | | | | | |
| | IV. Gewinnrücklagen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 1. gesetzliche Rücklagen | | | | | | | |
| | 2. Rücklagen für Anteile an einem herrschenden oder mehrheitlich beteiligten Unternehmen | | | | | | | |
| | 3. satzungsmäßige Rücklagen | | | | | | | |
| | 4. andere Gewinnrücklagen | | | | | | | |
| | V. Gewinnvortrag / Verlustvortrag | 171 | 194 | 202 | 198 | 198 | 194 | 192 |
| | VI. Bilanzergebnis | 23 | 8 | -4 | 0 | -4 | -2 | -1 |
| | VII. Nicht durch Eigenkapital gedeckter Fehlbetrag | | | | | | | |
| | VIII. Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen | | | | | | | |
| | XI. Sonderrücklagen nach DMBilG | | | | | | | |
| | X. Verrechnungskonten | | | | | | | |
| **B.** | **Sonderposten** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| | 1. Andere Sonderposten für Investitionszuwendungen | | | | | | | |
| | 2. Sonderposten mit Rücklageanteil | | | | | | | |
| | 3. Sonderposten für Baukostenzuschüsse/Abnehmerbeiträge | | | | | | | |
| | 4. Weitere Sonderposten | | | | | | | |
| **C.** | **Empfangene Ertragszuschüsse** | | | | | | | |
| **D.** | **Rückstellungen** | **87** | **87** | **87** | **87** | **87** | **87** | **87** |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 1. Rückstellungen für Pensionen und ähnliche Verpflichtungen | | | | | | | |
| | 2. Steuerrückstellungen | | | | | | | |
| | 3. Sonstige Rückstellungen | 87 | 87 | 87 | 87 | 87 | 87 | 87 |
| | 4. Rückstellungen für Bauinstandhaltung | | | | | | | |
| **E.** | **Summe Verbindlichkeiten** | **124** | **124** | **124** | **124** | **124** | **124** | **124** |
| | 1. Anleihen | | | | | | | |
| | davon konvertibel | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 2. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 3. Erhaltene Anzahlungen auf Bestellungen | 1 | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 4. Verbindlichkeiten aus Lieferung und Leistungen | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 | 71 |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 5. Verbindlichkeiten aus der Annahme gezogener Wechsel und der Ausstellung eigener Wechsel | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 6. Verbindlichkeiten gegenüber verbundenen Unternehmen | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 7. Verbindlichkeiten gegenüber Unternehmen, mit denen ein Beteiligungsverhältnis besteht | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 8. Verbindlichkeiten gegenüber Gesellschafter/Träger | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | 9. Sonstige Verbindlichkeiten | 52 | 53 | 53 | 53 | 53 | 53 | 53 |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von bis zu 1 Jahr | | | | | | | |
| | darunter mit einer Restlaufzeit von über 1 Jahr | | | | | | | |
| | davon aus Steuern | | | | | | | |
| | davon im Rahmen der sozialen Sicherheit | | | | | | | |
| **F.** | **Rechnungsabgrenzungsposten** | | | | | | | |
| **G.** | **Passive latente Steuern** | | | | | | | |
| | **Summe Passiva** | **430** | **438** | **434** | **434** | **430** | **428** | **427** |

## Finanzplan

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

2027 bis 2031

| | TEURO | Ist 2025 | Erwartung 2026 | Plan 2027 | Plan 2028 | Plan 2029 | Plan 2030 | Plan 2031 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | **laufendes Geschäft** | | | | | | | |
| 1.1. | **Geldeinzahlungen aus** | | | | | | | |
| | Umsatzerlöse | 1.295 | 1.271 | 1.278 | 1.306 | 1.321 | 1.336 | 1.351 |
| | sonstige betriebliche Erträge | | | | | | | |
| | Zuschüsse der Stadt Halle VWH | 1.800 | 1.839 | 1.850 | 1.873 | 1.884 | 1.914 | 1.944 |
| | Zuschüsse der Stadt Halle VMH | | | | | | | |
| | Zuschüsse Dritter, dauerhaft | | | | | | | |
| | Zuschüsse Dritter, einmalige, objektbezogene | 93 | | | | | | |
| | sonstige Einzahlungen | 34 | 19 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| | Summe Geldeinzahlungen laufendes Geschäft | 3.222 | 3.129 | 3.136 | 3.187 | 3.213 | 3.258 | 3.303 |
| 1.2 | **Geldauszahlungen** | | | | | | | |
| | in Personalaufwendungen | 1.491 | 1.457 | 1.470 | 1.497 | 1.525 | 1.553 | 1.582 |
| | Lieferungen und Leistungen | 482 | 483 | 485 | 490 | 495 | 500 | 505 |
| | Zinsen | | | | | | | |
| | Steuern | | | | | | | |
| | Rückzahlung von Zuschüssen | | | | | | | |
| | sonstige Auszahlungen | 1.269 | 1.169 | 1.175 | 1.191 | 1.188 | 1.198 | 1.208 |
| | Summe Geldauszahlungen laufendes Geschäft | 3.242 | 3.109 | 3.130 | 3.178 | 3.208 | 3.251 | 3.295 |
| 1.3. | **Über-/ Unterdeckung laufendes Geschäft** | **-20** | **20** | **6** | **9** | **5** | **7** | **8** |
| | | | | | | | | |
| **2.** | **Investitionen/Deinvestitionen** | | | | | | | |
| 2.1. | **Geldeinzahlungen** | | | | | | | |
| | Einzahlungen aus Abgängen des Finanzanlagevermögens | | | | | | | |
| | Einzahlungen aus Abgängen des sonstigen Anlagevermögens | | | | | | | |
| | Investitionszuschüsse der Stadt Halle | | | | | | | |
| | Investitionszuschüsse Dritter, dauerhaft/pauschal | | | | | | | |
| | Investitionszuschüsse Dritter, einmalig, objektbezogen | | | | | | | |
| | sonstige Einzahlungen | | | | | | | |
| | Summe Geldeinzahlungen Investitionen/Deinvestitionen | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2.2. | **Geldauszahlungen** | | | | | | | |
| | Auszahlungen für Investitionen in das Finanzanlagevermögen | | | | | | | |
| | Auszahlungen für Investitionen in das sonstige Anlagevermögen | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| | Rückzahlung von Investitionszuschüssen | | | | | | | |
| | sonstige Auszahlungen | | | | | | | |
| | Summe Geldauszahlungen Investitionen/Deinvestitionen | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2.3. | **Über-/ Unterdeckung Investitionen/Desinvestitionen** | **-4** | **-5** | **-5** | **-5** | **-5** | **-5** | **-5** |
| | | | | | | | | |
| **3.** | **Finanzverkehr** | | | | | | | |
| 3.1. | **Geldeinzahlungen** | | | | | | | |
| | Kapitalerhöhung der Stadt Halle | | | | | | | |
| | Kapitalerhöhungen sonstiger Gesellschafter | | | | | | | |
| | Kredite der Stadt Halle | | | | | | | |
| | langfristige Kredite Dritter/Begebung von Anleihen | | | | | | | |
| | kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit | | | | | | | |
| | aus an Dritte gewährte Darlehen | | | | | | | |
| | Zuschüsse/Finanzbeihilfen | | | | | | | |
| | sonstige Einzahlungen | | | | | | | |
| | im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag | | | | | | | |
| | Summe Geldeinzahlungen Finanzverkehr | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.2. | **Geldauszahlungen** | | | | | | | |
| | Beteiligung/Finanzanlagen | | | | | | | |
| | Tilgung langfristige Kredite/Rückzahlung von Anleihen | | | | | | | |
| | Tilgung kurzfristige Kredite/Kontokorrentkredit | | | | | | | |
| | aus der Gewährung von Darlehen an Dritte | | | | | | | |
| | Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen | | | | | | | |
| | Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung | | | | | | | |
| | sonstige Auszahlungen | | | | | | | |
| | im Rahmen Ergebnisabführungsvertrag | | | | | | | |
| | Summe Geldauszahlungen Finanzverkehr | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 3.3. | **Über-/ Unterdeckung Finanzverkehr** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** | **0** |
| | | | | | | | | |
| **4.** | **Über-/ Unterdeckung gesamt** | **-24** | **15** | **1** | **4** | **0** | **2** | **3** |
| **5.** | **Liquide Mittel gesamt** | | | | | | | |
| 5.1. | Anfangsbestand Liquide Mittel gesamt | 314 | 290 | 305 | 306 | 310 | 310 | 312 |
| 5.2. | Endbestand Liquide Mittel gesamt | 290 | 305 | 306 | 310 | 310 | 312 | 315 |
| 5.3. | verfügbare Kreditlinien | | | | | | | |
| 5.4. | verbleibender genehmigter Kreditrahmen | | | | | | | |

## Haushaltsrelevante Positionen für Träger aus dem Finanzplan

2027 bis 2031

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| | TEURO | Ist 2025 | Erwartung 2026 | Plan 2027 | Plan Quartal 1 | Plan Quartal 2 | Plan Quartal 3 | Plan Quartal 4 | Plan 2028 | Plan 2029 | Plan 2030 | Plan 2031 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **Geldeinzahlungen** | | | | | | | | | | | |
| 1. | **Geldeinzahlungen laufendes Geschäft** | 1.800 | 1.839 | 1.850 | 555 | 555 | 370 | 370 | 1.873 | 1.884 | 1.914 | 1.944 |
| | Zuschüsse der Stadt Halle aus VWH | 1.800 | 1.839 | 1.850 | 555 | 555 | 370 | 370 | 1.873 | 1.884 | 1.914 | 1.944 |
| | Zuschüsse der Stadt Halle aus VMH | | | | | | | | | | | |
| | sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| 2. | **Geldeinzahlungen Investitionen/Desinvestitionen** | | | | | | | | | | | |
| | Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VWH | | | | | | | | | | | |
| | Investitionszuschüsse der Stadt Halle aus VMH | | | | | | | | | | | |
| 3. | **Geldeinzahlungen Finanzverkehr** | | | | | | | | | | | |
| | Kapitalerhöhungen der Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Kredite der Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Zuschüsse/Finanzbeihilfen der Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Rückzahlungen von Darlehen durch die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Verlustausgleich | | | | | | | | | | | |
| | sonstige Einzahlungen durch die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | **Summe 1** | **1.800** | **1.839** | **1.850** | **555** | **555** | **370** | **370** | **1.873** | **1.884** | **1.914** | **1.944** |
| | **Geldauszahlungen** | | | | | | | | | | | |
| 1. | **Geldauszahlungen laufendes Geschäft** | | | | | | | | | | | |
| | Rückzahlung von Zuschüssen an die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | sonstige Auszahlungen (z. B. Konzessionsabgaben) | | | | | | | | | | | |
| 2. | **Rückzahlung von Investitionen/Desinvestitionen** | | | | | | | | | | | |
| | Rückzahlung von Investitionszuschüssen an die Stadt | | | | | | | | | | | |
| 3. | **Geldauszahlungen Finanzverkehr** | | | | | | | | | | | |
| | Kredittilgung an die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Gewährung von Darlehen an die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Rückzahlung von Zuschüssen/Finanzbeihilfen an die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | Kapitalrückzahlung/Gewinnausschüttung an die Stadt | | | | | | | | | | | |
| | sonstige Auszahlungen an die Stadt Halle | | | | | | | | | | | |
| | **Summe 2** | | | | | | | | | | | |
| | **Saldo Summe 1 - Summe 2** | **1.800** | **1.839** | **1.850** | **555** | **555** | **370** | **370** | **1.873** | **1.884** | **1.914** | **1.944** |

## Personalplan

VBE = Vollbeschäftigteneinheiten

| Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH | | Ist 2025 VBE | Erwartung 2026 VBE | Plan 2027 VBE | Plan Quartal 1 VBE | Plan Quartal 2 VBE | Plan Quartal 3 VBE | Plan Quartal 4 VBE | Plan 2028 VBE | Plan 2029 VBE | Plan 2030 VBE | Plan 2031 VBE |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nr. | | | | | | | | | | | | |
| | **A: Durchschnittlich Beschäftigte** | | | | | | | | | | | |
| 1 | Angestellte | 26,0 | 25,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 | 23,0 |
| 2 | Arbeiter | | | | | | | | | | | |
| 3 | Auszubildende | | | | | | | | | | | |
| 4 | **Σ Durchschnittliche Beschäftigte** | **26,0** | **25,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** | **23,0** |
| | **B: Durchschnittliche Zahl der Arbeitnehmer nach § 285 Nr. 7 HGB i. V. m. § 267 (5) HGB** | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl |
| | Arbeitnehmer | 36,0 | 29,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| | **B: Entwicklung der Beschäftigungsverhältnisse** | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl | Anzahl |
| 1 | Beschäftigte zu Beginn des Zeitraumes | 36,0 | 29,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |
| 2 | Beschäftigte zum Ende des Zeitraumes | 34,0 | 29,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 | 27,0 |

## Investitionsplan

| Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH | | Ist 2025 TEURO | Erwartung 2026 TEURO | Plan 2027 TEURO | Plan Quartal 1 TEURO | Plan Quartal 2 TEURO | Plan Quartal 3 TEURO | Plan Quartal 4 TEURO | Plan 2028 TEURO | Plan 2029 TEURO | Plan 2030 TEURO | Plan 2031 TEURO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nr. | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Investitionen in immaterielle Vermögensgegenstände | | | | | | | | | | | |
| 2 | Investitionen in Sachanlagen | 4 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | Investitionen in Finanzanlagen | | | | | | | | | | | |
| 4 | **Σ Investitionen** | **4** | **5** | **5** | **1** | **1** | **1** | **2** | **5** | **5** | **5** | **5** |
| 5 | Investitionszuschüsse und Zulagen | | | | | | | | | | | |

## Instandhaltungsplan

| Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH | | Ist 2025 TEURO | Erwartung 2026 TEURO | Plan 2027 TEURO | Plan Quartal 1 TEURO | Plan Quartal 2 TEURO | Plan Quartal 3 TEURO | Plan Quartal 4 TEURO | Plan 2028 TEURO | Plan 2029 TEURO | Plan 2030 TEURO | Plan 2031 TEURO |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nr. | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Instandhaltungen | 5 | 8 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 |

## Leistungsdaten

Stadtmarketing Halle (Saale) GmbH

| | | | 2027 | bis | 2031 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Einheit | Ist 2025 | Erwartung 2026 | Plan 2027 | Plan Quartal 1 | Plan Quartal 2 | Plan Quartal 3 | Plan Quartal 4 | Plan 2028 | Plan 2029 | Plan 2030 | Plan 2031 |
| 1 | Erlöse Stadtführungen | Euro | 318.103,00 | 341.636,00 | 350.000,00 | 30.590,00 | 99.330,00 | 112.520,00 | 107.560,00 | 355.000,00 | 360.000,00 | 365.000,00 | 370.000,00 |
| 2 | Erlöse Touristinformation | Euro | 350.145,00 | 375.000,00 | 375.000,00 | 56.250,00 | 93.750,00 | 120.000,00 | 105.000,00 | 390.000,00 | 395.000,00 | 400.000,00 | 405.000,00 |
| 3 | Teilnehmer Stadtrundgänge | Anzahl | 36.669,00 | 36.000,00 | 36.000,00 | 3.140,00 | 10.210,00 | 11.570,00 | 11.080,00 | 35.800,00 | 35.500,00 | 35.800,00 | 38.000,00 |
| 4 | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | | | | | | | |